

PROF: AMPARO TUÑÓN SAN MARTÍN
Lic. en Periodismo (con grado)
Univ. de Navarra, 1967.
Lic. i Dra. en CC de la Informació
UAB., 1979, 1988.

DEPARTAMENT DE PERIODISME

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN O DE SÍNTESIS SIGNIFICATIVOS

1. Perfiles del discurso cultural periodístico. (Análisis de un Acontecimiento en El País), publicado en *El País o la referencia dominante*. Coordinadores: Gérard Imbert y José Vidal Beneyto. Barcelona, Mitre, 1986.
2. La prensa de élite, huella de pasado, indicio de futuro, en *El periodismo escrito*. Barcelona, Mitre, 1986. (Enciclopedia del Periodismo).
3. *Connotaciones culturales de la prensa de élite*. (Análisis de un acontecimiento cultural). Tesis de doctorado, UAB, 1988.

ACTIVIDADES PROFESIONALES SIGNIFICATIVAS

1. Redactora del semanario MUNDO (1968-1977).
2. Responsable de las páginas culturales de MUNDO DIARIO (1977 - 1979).
3. Colaboraciones en páginas culturales (EL PAÍS, Ajoblanco, Camp de l'Arpa) (1979-1983).

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

La asignatura pretende dotar a los alumnos de los suficientes conocimientos teórico-prácticos que los capaciten para el ejercicio del periodismo especializado en el área cultural. Se parte de la base de que el periodista especializado en esta temática debe conocer los rasgos más característicos de la cultura actual así como de los diversos modelos de prensa en los que puede desarrollar estos conocimientos.

Para conseguir ambos objetivos, los alumnos deben ser capaces de comunicar periodísticamente temas relacionados con la actividad cultural. Actividad que se plasmará en la ideación y producción de una revista cultural.

TEMARIO

INTRODUCCION. LA ESPECIALIZACION EN PERIODISMO, UN CAMBIO DE PARADIGMA.

1. *La especialización de saberes en las sociedades avanzadas*. La información como elemento vital en las sociedades postindustriales. La información especializada en la sociedad de la información. La información periodística y su relación con el conocimiento de la sociedad. Las nuevas tecnologías de la información y su impronta en el saber actual. Los medios de comunicación y la construcción parcelada de la realidad.
2. *La especialización de conocimientos en las ciencias sociales*. El auge de la especialización en las Ciencias Sociales desde la Segunda Guerra Mundial. La segunda revolución científica: en

busca de una nueva síntesis. La Teoría de la Información y la Cibernética. Conocimiento científico y conocimiento periodístico de la información especializada.

3. *La información periodística especializada en el ámbito del periodismo actual*. Los cambios en el concepto de periodismo en la última década. Nuevos contenidos, nuevos formatos, nuevos lenguajes. La crisis del periodismo generalista. El auge de las publicaciones especializadas. La especialización como innovación del periodismo actual.
4. *La I.P.E. como innovación periodística: el caso español*. Las nuevas demandas de información especializada en el mercado informativo actual. La nueva estructura comunicativa de la sociedad democrática. Modelos de comunicación especializada adecuados al cambio social y cultural de España. El futuro interconectado de la comunicación europea.
5. *Las necesidades profesionales del periodista especializado*. El periodista especializado como experto en áreas de conocimiento. La credibilidad del profesional especializado y la responsabilidad social de los periodistas. Criterios de seriedad, rigor, ética y honestidad profesionales. Las salidas profesionales del periodista especializado. El periodista como analista de la realidad social.
6. *La I.P.E. como investigación aplicada en el proceso de comunicación*. El papel central de la Universidad en la innovación de los conocimientos. Las facultades de Ciencias de la Información ante las exigencias de renovación del periodismo actual. La I.P.E. como investigación teórica. La I.P.E. como investigación aplicada al campo profesional. Aportaciones científicas de la I.P.E. a las Ciencias de la Información.

I. TEORÍA Y TÉCNICAS DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA ESPECIALIZADA

7. *Concepto, ámbito y descripción del periodismo especializado*. Concepto de Información Periodística Especializada. Génesis y desarrollo de la I.P.E. Evolución histórica del mercado informativo. Las distintas etapas del periodismo: ideológico, informativo, explicativo. El periodismo especializado como pronóstico de futuro. La I.P.E. como instrumento de ampliación y profundización de los contenidos periodísticos.
8. *El universo de la especialización periodística*. La especialización como objeto de la información periodística. Objetivos y funciones de la información especializada: mejorar la calidad y la credibilidad del periodismo. Los medios como sujetos de la especialización. La especialización por áreas temáticas. Fragmentación, sectorialización y segmentación de audiencias. Nuclearización informativa.
9. *Niveles de especialización según los medios y las audiencias*. La I.P.E. en los viejos medios: prensa, radio, televisión heredada. La I.P.E. en la televisión por cable. La I.P.E. en los nuevos medios interactivos. Los cambios sobre el concepto de público y la desmasificación de las audiencias. Audiencias selectivas y afinidades electivas.
10. *La especialización por contenidos*. Las áreas de información periodística especializada. Áreas tradicionales de información periodística especializada. La información política, económica y cultural. Las áreas de información

como lectura y construcción de la realidad periodística. La incorporación de nuevas temáticas: ciencia, tecnología, servicios, estilos de vida.

11. *Los nuevos periodistas especializados.*
Periodistas generalistas y periodistas especializados. El periodista especializado como experto y creador de opinión. Procesamiento de la información y servicios especializados. Estudios de campo, sondeos de opinión y periodismo de precisión. Expertos, especialistas y tecnoperiodistas. La relación del periodista con las fuentes especializadas.
12. *Sistemas de información documental del periodismo especializado.*
El acceso a los datos informáticos. Diferencias entre bancos y bases de datos. Los tres niveles de información de los bancos de datos. Las bases de datos como fuentes de información y conocimiento. La innovación documental de las bases de datos. Las fuentes como actores de la actualidad informativa especializada.
13. *La I.P.E. en el contexto de las Ciencias de la Información.*
La I.P.E.: nuevo campo de estudio de las Ciencias de la Información. Aportaciones de la I.P.E., al método interdisciplinario de la comunicación entre las ciencias. La interdisciplinariedad en la información a través de la I.P.E. Relación de la I.P.E. con la Teoría de la Información. La I.P.E. como nueva estructura informativa de la Redacción Periodística.

II. LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA ESPECIALIZADA EN EL PERIODISMO IMPRESO

14. *El nuevo espacio comunicativo.*
La segunda revolución de las comunicaciones y su incidencia en la información periodística. El cambio de paradigma en los medios de comunicación. De los medios de comunicación a los multimedia. Las últimas mutaciones: el declive de la información de masas. El aumento de la información especializada e individualizada.
15. *Viejos medios de comunicación y nuevos medios interactivos.*
Diferencias comunicativas entre medios impresos y medios electrónicos. La nueva aldea periodística. Medios telemáticos, videóticos y electrónicos. Nuevos modos de creación, distribución y consumo de información. La información interactiva. La revolución de la televisión por cable en la especialización de contenidos y en la fragmentación de audiencias.
16. *El periodismo electrónico y la redacción electrónica.*
La impronta de las nuevas tecnologías de la información en el periodismo tradicional. La computerización de las redacciones. La compaginación electrónica. Los servicios informativos del periodismo electrónico. El periodismo electrónico como oferta de información especializada.
17. *Funciones del periodismo impreso en la nueva aldea electrónica.*
El papel cambiante de los periódicos. Remodelación de funciones de la prensa escrita ante los nuevos formatos comunicativos. La prensa como instrumento de análisis, reflexión y conocimiento. La prensa como creadora de opinión. La especialización: materia y objeto del periodismo impreso.
18. *La información especializada en la prensa de información general.*
Las innovaciones temáticas en la prensa de información general.

La revolución de secciones, suplementos dominicales, cuadernillos especiales. Los suplementos especializados. La especialización como servicio. El mercado informativo de la especialización: la respuesta empresarial.

19. *La información especializada en la prensa especializada.*
El "boom" actual de publicaciones especializadas en Europa. El auge reciente de la prensa especializada en España. Grupos multinacionales en el mercado periodístico español. Prensa para mujer y para hombres. Publicaciones técnicas y de servicios.
20. *El lenguaje periodístico de la información especializada.*
El lenguaje periodístico de la prensa de información general. Diferencias entre páginas diarias y suplementos especializados. Lenguaje periodístico especializado y divulgación de conocimientos. La claridad y la concisión en el lenguaje periodístico del área de información especializada. La adaptación de los colaboradores al lenguaje periodístico.

III. LA INFORMACION PERIODISTICA ESPECIALIZADA EN EL AREA CULTURAL.

21. *La actualidad periodística de la información cultural.*
La importancia del periodismo cultural en la década de los ochenta. El aumento de temáticas culturales en la prensa diaria. Las paginas culturales del magazine. Las viejas revistas especializadas en Alta Cultura. Las nuevas publicaciones de divulgación cultural.
22. *El periodismo cultural en España.*
Las primeras publicaciones culturales del periodismo español: *Mercurio Literario* (1739), *El Novelero de los Estrados* (1764), *El Correo de Sevilla* (1803). Los folletones y la crítica cultural del diario *El Sol*. La herencia de la cultura oficial del periodismo franquista. La primacía de la información política en la transición democrática. La lenta revalorización de los contenidos culturales en la actual democracia.
23. *El folletón o los orígenes de la sección cultural.*
El folletón: información y opinión sobre la vida cultural pública. El material informativo, el material crítico y el material recreativo en la sección cultural. Las noticias culturales, la crítica y los folletones (novelas, cuentos cortos, ensayos). La incorporación de contenidos culturales en los suplementos dominicales. El folletinismo como estilo y actitud periodística.
24. *El área de información especializada en cultura.*
Características periodísticas del área de información cultural. Areas informativas y bloques temáticos clásicos (Artes, Letras). Areas informativas de nueva actualidad (Diseño, Moda, Imagen, Comunicación, Tendencias). Areas de información socio-cultural. La continua mutación de la información especializada en el área de información cultural.
25. *El área de información cultural en la prensa de información general.*
El proceso de selección, valoración y producción de información de actualidad cultural. Los contenidos culturales de los diarios informativos. El área de información de Cultura y Espectáculos. La fragmentación de temáticas culturales en la prensa anglosajona. El concepto integrador de cultura en la prensa europea. El proceso selectivo de información cultural en los "new magazines".

26. *Los suplementos especializados en temáticas culturales.*
Los suplementos como segundo nivel de especialización cultural. Características diferenciadoras de los suplementos culturales. Diferencias en los receptores. Diferencias en los lenguajes. Diferencias en los códigos de expresión de los mensajes. La profundización de la actualidad cultural.
27. *Nuevas temáticas culturales en prensa especializada.*
La nueva concepción noticiable cultural de la prensa especializada. Cambios de formato y nuevos lenguajes en las revistas culturales. El mercado informativo de la prensa cultural. El auge de temáticas culturales de la prensa especializada. Tendencias pasadas y actuales. Prognosis de futuro. Publicaciones culturales en España y Catalunya.
28. *Lenguaje periodístico en el área de información cultural.*
Información, opinión y creación en el lenguaje del área cultural. Aproximaciones teórico-prácticas a un género especializado: la crítica. Funciones de la crítica: informar, orientar, valorar. El crítico como intérprete cualificado de la obra cultural. La crítica como opinión del periodista especializado.
29. *La especialización profesional del periodista cultural.*
La nueva figura del periodista cultural. Los antiguos colaboradores cultos. La remodelación de funciones del periodista cultural. El periodista en el proceso de selección y valoración y producción de actualidad cultural. La formación del periodista cultural: conocimientos teóricos y técnicos. El periodista cultural como experto bien informado. Necesidades de renovación e innovación en los contenidos, estilo y lenguaje de las páginas culturales.

IV. CULTURA Y PERIODISMO

30. *Cultura y medios de comunicación.*
La influencia de los medios de comunicación en la conformación de la cultura actual. Los medios de comunicación como cultura hegemónica en las sociedades postindustriales. Los nuevos mitólogos de nuestro tiempo. Los medios como forma de conocimiento sobre la realidad actual. La cultura mosaico de los medios. Fragmentación y mezcla de saberes culturales. La búsqueda de estereotipos culturales.
31. *Los medios de comunicación como sistemas de significación cultural.*
El concepto de sistema en la sociología funcionalista. Principios axiales del sistema cultural en Daniel Bell. La autonomía de la cultura en las Ciencias Sociales. Configuración de modelos y pautas culturales. La incidencia de los medios en las formas y estilos de vida. Los medios como sustentadores de la identidad cultural colectiva e individual.
32. *Cultura y prensa escrita.*
Significación cultural de la prensa en relación con los medios audiovisuales y electrónicos. La prensa impresa, nueva forma de cultura escrita. La prensa y su función cultural dentro de la sociedad industrial. Los principios culturales del discurso periodístico: Libertad, Modernidad y Progreso. La prensa de calidad y su relación con la cultura democrática.
33. *Cultura y culturas en la prensa diaria.*
Tres modelos hegemónicos de prensa diaria y sus expresiones culturales. Prensa de élite o referencia dominante; prensa de masas; prensa tecnoinformativa. La prensa de élite como insti-

tución cultural ilustrada. La prensa de masas o la primera cultura del entretenimiento. La prensa tecnoinformativa y su relación con la tecnocultura.

34. *La cultura periodística de los diarios de referencia.*
Propuesta de una lectura cultural de los tres modelos hegemónicos de prensa diaria. Análisis de periódicos representativos. Prensa de élite o referencia: LE MONDE, THE TIMES, FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG, THE NEW YORK TIMES. Periódicos de referencia españoles y catalanes: EL PAÍS, LA VANGUARDIA. Prensa sensacionalista: THE SUN, DAYLY MIRROR. Prensa tecnoinformativa: USA TODAY.
35. *La prensa de élite y su relación con la cultura actual.*
Trazos culturales de la prensa de élite: el saber marcado por la información y la especialización de conocimientos. La separación de contenidos literarios, científicos y tecnológicos. La fragmentación y diversificación de saberes. La identificación cultural entre lector y diario. La nueva élite cultural informada.
36. *La selección, valoración y producción de actualidad cultural en la prensa de élite.*
Categorías noticiables en el proceso de selección, valoración y producción de actualidad cultural. La cultura como noticia. La cultura como acontecimiento. La cultura como conocimiento. La noticia cultural y las rutinas productivas. El acontecimiento noticiable de los premios, la muerte, el escándalo y lo insólito. El conocimiento, como saber de expertos y marco teórico de la información.
- V. INTRODUCCIÓN A UNA IDEA DE CULTURA EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.
37. *Aproximaciones interdisciplinares al concepto de cultura.*
Pluralidad semántica y vigencia del término cultura. Los orígenes de la palabra cultura. De la cultura como cultivo a la cultura como consumo. Diferencias y aproximaciones entre los conceptos de cultura y civilización. Cultura y política: los inicios ilustrados de la cultura moderna y democrática.
38. *La cultura como objeto de estudio científico.*
Los primeros estudios etnológicos de E. Tylor (1871). La antropología funcionalista de Malinowsky. La cultura como sublimación de los instintos en S. Freud. La antropología simbólica de Clifford Geertz. La cultura o la expresión de significados simbólicos (Cassirer). La cultura como capital simbólico (Bourdieu).
39. *Aportaciones sociológicas a la teoría de la cultura.*
Las ciencias de la cultura (Kulturwissenschaft) como ciencias sociales (Max Weber). La distinción entre ciencias de la cultura (Geisteswissenschaften) y ciencias naturales. La sociología de la cultura. La institucionalización de la cultura. Contenidos y efectos de los productos culturales. Sociología de los intelectuales. Aproximaciones sociológicas al paradigma élite/masa.
40. *Las interrelaciones entre comunicación y cultura.*
Las primeras aportaciones de la sociología de la comunicación (Lasswell, Lazarsfeld, Merton). Cultura y comunicación en A. Moles. La cultura mosaico y el ciclo sociocultural. El sistema cultural de Edgar Morin. Semiótica de la Cultura: la cultura como sistema de signos comunicativos. Relaciones entre cultura y entorno informativo. El papel de la información en la construcción de una memoria cultural.

41. *La cultura en la sociedad de la información.* Las mutaciones del concepto de cultura en la sociedad actual. El predominio de la información sobre la formación. La crisis de la cultura humanista. La cultura en las sociedades aristocráticas y en las sociedades democráticas. El resquebrajamiento del concepto de cultura universal. La tradición de la cultura de masas. La influencia de la tecnología en la cultura, tecnología y su relación con la nueva estética. La pérdida del aura en la cultura visual. La cultura como estilo de vida.
42. *Rasgos de la posmodernidad como cultura actual.* Crisis de la cultura moderna en la sociedad postindustrial. La posmodernidad como pensamiento sobre el tiempo actual. Orígenes, reconversión y dispersión del término postmoderno. La incidencia de los medios de comunicación en el pensamiento postmoderno. La tradición de lo nuevo y de lo actual: la cultura de la información. El mercado cultural como artífice del gusto. La incidencia de la posmodernidad en la arquitectura y las corrientes artísticas y literarias.
43. *Fragmentación y eclecticismo cultural.* La pérdida de los metarelatos y el declive del pensamiento. El neonearismo: la cultura del ver y ser visto. La cultura como moda. La cultura como mercado. La cultura del ordenador. El carácter pragmático, técnico, informativo del saber actual. De la cultura como formación intelectual, moral y estética (BILDUNG) a la cultura Kleenex. Apocalípticos e integrados ante la nueva cultura de la evanescencia.

BIBLIOGRAFIA REFERENCIAL

- ASA BERGER, A.: *Signs in Contemporary Culture*. New York, London, Longman, 1984.
- BARTHES, R.: *Mythologies*. Paris, Seuil, 1957.
- BELL, D.: *El advenimiento de la sociedad posindustrial*. Madrid, Alianza, 1976.
- BELL, D.: *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid, Alianza, 1977.
- CHRISTIAN, H. (ed.): *The sociology of journalism and the Press*. Totowa, N.J. Rowman and Littlefield, 1980.
- DELEUZE, G.: *Logique du sens*. Paris, Minuit, 1969.
- FERGUSON, M.: *New Communication Technologies and the Public Interest*. London, Beverly Hills, Sage, 1986.
- FOSTER, H. (ed.): *The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture*. New York, Book Press, 1983.
- FREUD, S.: *El malestar en la cultura*. Madrid, Alianza, 1976.
- GARIN, E.: *Medioevo y Renacimiento. Estudios e investigaciones*. Madrid, Taurus, 1981.
- GARNHAM, N i WILLIAMS, R.: *Pierre Bordieu and the Sociology of Culture in Media, Culture & Society, A Critical Reader*, London, 1986.
- GERBNER, G. (ed.): *Mass Media Policies in Changing Cultures*. London, Wiley, 1977.
- HALL, E.T.: *Más allá de la cultura*. Barcelona, Gustavo Gili, 1975.
- HALL, S.: La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico, en VV. AA.: *Sociedad y comunicación de masas*. México, F.C.E., 1981.
- HELL, V.: *L'idée de culture*. Paris, P.U.F., 1981.
- LIPOVETSKY, G.: *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona, Anagrama, 1987.
- LYOTARD, J.F.: *La condición posmoderna*. Madrid, Cátedra, 1985.

- MACHALE, J.: *El entorno cambiante de la información*. Madrid, Tecnos, 1981.
- NIETZSCHE, F.: *La genealogía de la moral*. Madrid, Alianza, 1972.
- ORTEGA Y GASSET, J.: *La rebelión de las masas*. Madrid, Espasa Calpe, 8a ed. 1980.
- RATZKE, D.: *Manual de los nuevos medios*. Barcelona, Gustavo Gili, 1986.
- SANTIDIRÁN, P. (ed.): *Humanismo y Renacimiento*. Madrid, Alianza, 1986.
- VATTIMO, G.: *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura contemporánea*. Barcelona, Gedisa, 1986.
- VOYENNE, B.: *La sociedad de la información en la década de los 80*. Madrid, Tecnos, 1983.
- WHITE, L.A.: *The Science of Culture*. London, Grove Press, 1945.

BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA (PERIODISMO ESPECIALIZADO)

- AA.VV.: *Cultura en Periodismo*. Madrid, Fundación Juan March, 1979.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J.: *Modelos de comunicación científica para una información periodística especializada*. Madrid, Dossat, 1983.
- ORIVE, P. y FAGOAGA, C.: *La especialización en el periodismo*. Barcelona, A.T.E., 1974.
- TUBAU, I.: *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona, A.T.E., 1982.
- TURÓN, Amparo: *Connotaciones culturales de la prensa de élite. (Análisis de un acontecimiento en El País: la muerte de Paquirri)*. Bellaterra, 1988. (Tesis doctoral).
- TURÓN, Amparo: La prensa de élite huella de pasado, indicio de futuro, en VV. AA.: *El periodismo escrito*. Barcelona, Mitre, 1986, (Enciclopedia del Periodismo).

EXPLICACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA

El programa está dividido en una Introducción y cinco partes y contiene 43 lecciones. La introducción tiene como objetivo situar los cambios que se están produciendo en el Periodismo actual para así dar un contexto a los alumnos que les posibilite una mejor comprensión de los objetivos, conceptos y aplicación de la Información Periodística Especializada. Una vez conseguidos estos objetivos, el programa está pensado para profundizar en la aplicación de la I.P.E. al ámbito del periodismo impreso y su relación con el nuevo espacio comunicativo. Es dentro de este tipo de periodismo en el que se inscribe posteriormente el periodismo especializado en el área de formación cultural. Los dos últimos temas: "Cultura y Periodismo" e "Introducción a una idea de cultura en la formación cultural de los alumnos" pretenden profundizar en la formación cultural de los alumnos frente a la comprensión de las íntimas ligazones existentes entre los medios de comunicación y la cultura y la cultura de la sociedad actual, y los medios han marcado la cultura de la sociedad actual, caracterizada por un cambio sin precedentes en el pasado.

EVALUACIÓN

La evaluación de esta asignatura, Información Especializada (Periodismo Cultural) tiene su carácter continuo y puntual. La evaluación continuada valora la participación activa en clase, el espíritu de iniciativa y la formación de criterios personales, tanto en las

ses teóricas como en las clases prácticas. Otras formas de evaluación lo constituye el interés demostrado por los alumnos en las consultas en el despacho relativas a la marcha de sus trabajos, además de la calidad de los mismos. La nota conjunta del primer cuatrimestre contiene estos elementos referidos y un examen teórico-práctico con el objeto de conseguir una mayor objetividad en la puntuación. Los alumnos que no superan esta primera prueba conjunta deben presentarse a examen final.

En el segundo cuatrimestre, la evaluación tiene un doble carácter: colectivo e individual. La evaluación colectiva está relacionada con la calidad periodística de la publicación presentada. La evaluación individual tiene que ver con la toma de decisiones, grado de participación, capacidad de ideación, habilidad de sugerir y destreza en la producción de textos periodísticos. En caso de no superar esta segunda prueba de evaluación los alumnos pueden optar por el examen final.

Los alumnos que no asisten con regularidad a clase deben presentarse a los exámenes de junio, siendo optativa la presentación de un trabajo sobre algún punto concreto del programa, previa consulta con la profesora.

CODI : 5112 - RÀDIO II (MITJÀ D'EXPRESSIÓ).

PROF.: ARMAND BALSEBRE I TORROJA
Dr. en CC. de la Informació
UAB., 1987.

DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ
ÀUDIO-VISUAL I PUBLICITAT

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN O SÍNTESIS SIGNIFICATIVOS

1. *Las imágenes auditivas en la radio.* Bellaterra, UAB, 1987. (Tesi Doctoral).
2. BALSEBRE, Armand et alii: "Las emisoras municipales". Congreso Nuevas Tecnologías en la Sociedad Española. Madrid, 1984.

ACTIVIDADES PROFESIONALES SIGNIFICATIVAS.

1. Redactor-locutor, guionista, realizador. Ràdio Barcelona. 1974-1986.

PROF.: ANGEL RODRÍGUEZ BRAVO
Llic.en CC. de la Informació
UAB, 1984.

DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ
ÀUDIO-VISUAL I PUBLICITAT

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN Y SÍNTESIS SIGNIFICATIVOS

1. RODRÍGUEZ A. y MONTOYA N.: *La oferta informativa radiofónica en Tarragona y su área de influencia.* Investigación financiada por el Ayuntamiento de Tarragona; ejemplar multicopiado. Barcelona, 1985.
2. RODRÍGUEZ, Angel: *La voz en la radio.* UAB, 1984. Tesis de licenciatura.
3. RODRÍGUEZ, Angel: Máquinas que hablan y escuchan, *Telos* núm. 15.

ACTIVIDADES PROFESIONALES SIGNIFICATIVAS

1. Investigador, Ayuntamiento de Tarragona. 1985.
2. Colaborador, Radio Nacional de España. 1984.
3. Profesor de voz. Emissores Municipals de Catalunya. 1986-1987 y 1987-1988.

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

En tanto que es el tercer nivel de formación radiofónica, pretende que el estudiante sea capaz de agotar todo el rendimiento expresivo de la radio. La asignatura está orientada a desarrollar los conocimientos del lenguaje radiofónico sobre los géneros más creativos del medio: programas musicales, magazines, radiodramas y documentales. Las clases son siempre teórico-prácticas, basándose en la elaboración de programas que se corrigen en grupo.

En tanto que cada uno de los temas debe ser tratado en dos sesiones y a partir del RADIODRAMA en tres, el número de temas del programa se ajusta al número de clases posibles de un curso académico completo, que oscila entre las 30 y 35 jornadas de tres horas cada una. El cumplimiento más o menos exhaustivo del temario dependerá del número total de alumnos, de las condiciones del centro en la habilitación de las aulas apropiadas y debidamente equipadas